



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

ANÁLISIS DE UN PROYECTO EMPRESARIAL:

Cafetería Express.

Autor:

Jaime Ibarra Cebrián

Directora:

Pilar Pellejero Castillo

Facultad de Economía y Empresa / Edificio Lorenzo Normante

2020

Autor del trabajo: Jaime Ibarra Cebrián.

Director del trabajo: Pilar Pellejero Castillo.

Título del trabajo: Análisis de un proyecto empresarial / Analysis of a business project.

Titulación: *Grado en Finanzas y Contabilidad, Universidad de Zaragoza.*

***Resumen:***

El objetivo principal de trabajo consiste en un análisis completo y exhaustivo de la viabilidad de un nuevo proyecto empresarial para el cual es condición indispensable el análisis desde una perspectiva económica, estratégica, legal y financiera. Cabe destacar que el negocio a desarrollar en el presente trabajo no ha llegado a ser implantado en España, además se analiza desde una perspectiva de un negocio biodegradable que se adapte al nuevo mercado sostenible. Hay que añadir que esta idea empresarial quiere ser implantada en el centro histórico de la ciudad de Zaragoza, todas estas variables serán desarrolladas en el trabajo, justificadas y cuantificadas para ver el impacto del proyecto y su posterior viabilidad para su puesta en funcionamiento.

***Summary:***

The main purpose of this essay is to fully and thoroughly analyse the feasibility of a new business project, for which an exploration from an economic, strategic, legal and financial perspective must be carried out. It should be noted that the business to develop in this paper has not been introduced in Spain.

Moreover, this has been analysed from the perspective of a biodegradable business that adapts to the new sustainable market. The mentioned entrepreneurial idea is supposed to be located in the historic city centre of Zaragoza. All these variables will be developed, justified and quantified in this paper to see the impact of the project and its subsequent viability before its launching.



## *INDICE*

INTRODUCCION.....	8
1. Justificación y objetivos del trabajo.....	8
2. Metodología empleada.....	8
ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	9
1. Entorno general. Análisis PEST.....	9
a) Factores político-legales.....	9
b) Factores económicos.....	10
c) Factores socioculturales.....	10
d) Factores tecnológicos.....	11
2. Entorno específico.....	12
a) Datos del sector.....	13
b) Competidores.....	13
c) Clientes.....	14
d) Proveedores.....	13
3. Fuerzas de Porter.....	14
4. Análisis DAFO.....	17
ESTUDIO LEGAL.....	19
1. Análisis de la forma jurídica elegida.....	19
2. Trámites administrativos.....	20

PLAN DE MARKETING.....	23
1. Difusión y comercialización.....	23
2. Marketing Mix.....	24
3. Localización.....	27
ANÁLISIS ECONOMICO.....	28
1. Estudio técnico de la inversión inicial.....	28
2. Horizonte temporal de estudio.....	29
3. Variación F. Rotación.....	29
4. Plan de Financiación.....	30
5. Plan de ventas.....	30
6. Plan de recursos humanos.....	31
7. Plan de explotación.....	32
8. Presentación del resultado Contable después de impuestos.....	32
ANÁLISIS DE VIABILIDAD.....	33
1. Cálculo de los flujos de caja.....	33
2. Cálculo de la tasa de actualización.....	34
3. Valor actual neto (VAN).....	35
4. Tasa interna de rentabilidad (TIR).....	36
5. Umbral de rentabilidad.....	36
6. Análisis de sensibilidad.....	37

CONCLUSIONES.....	40
BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....	42
ANEXOS.....	46

## INDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Tabla 1: Análisis Porter .....	17
Tabla 2: Tipos de Sociedades Limitadas con un socio.....	19
Tabla 3: Tipos de café ofertados y precio del proveedor. ....	25
Tabla 4: Inversión Inicial.....	28
Tabla 5: Balance.....	29
Tabla 6: Ventas anuales.....	31
Tabla 7: Sueldos anuales. ....	31
Tabla 8: Gastos anuales.....	32
Tabla 9: Cuenta de Pérdidas y Ganancias .....	33
Tabla 10: Flujo de caja con financiación ajena. ....	33
Tabla 11: Flujos de caja sin financiación ajena.....	34
Tabla 12: Umbral de rentabilidad.....	37
Tabla 13: Escenario 2 con financiación ajena. ....	38
Tabla 14: Escenario 2 sin financiación ajena. ....	38
Tabla 15: Escenario 3 con financiación ajena. ....	38
Tabla 16: Escenario 3 sin financiación ajena. ....	39

ANEXOS

Anexo 1: Cifras de establecimiento en el sector hostelero.....	44
Anexo 2: Tipos de documentación y requisitos para la escritura pública. ....	44
Anexo 3: Amortización préstamo.....	45
Anexo 4: Amortización inmovilizado .....	46
Anexo 5: Incógnitas y fórmuls utilizadas para hallar la tasa de actualización.....	47

# INTRODUCCIÓN

## 1. Justificación y objetivos del trabajo

En lo que concierne a la justificación del trabajo, me he inclinado por el este proyecto empresarial como trabajo de fin de grado porque es una gran oportunidad de poner en práctica todo lo estudiado a lo largo de la carrera y asentar los conocimientos adquiridos, así como de visualizar un futuro proyecto empresarial.

El objetivo principal del proyecto empresarial a desarrollar es realizar un análisis financiero y económico de un negocio no implantado en España, una cafetería express. Esta empresa irá dirigida a trabajadores o todo aquel que tenga un tiempo limitado, además es un negocio biodegradable adaptado a las nuevas necesidades del mercado actual y la nueva demanda de la población sobre productos de este tipo sencillos, de calidad, fáciles de conseguir y de forma rápida de además contribuyan al desarrollo sostenible del mercado y de sus productos.

## 2. Metodología empleada.

La metodología empleada se basará partiendo de la base de un análisis del entorno, económico y legal. En el análisis del entorno se estudiarán cosas como el PEST, entorno específico, fuerzas Porter y análisis DAFO. A continuación, se realizará un estudio legal para saber que forma jurídica es más conveniente para nuestro negocio y que trámites administrativos debemos realizar para la puesta en funcionamiento.

Procediendo a realizar un plan de marketing nombrando cuáles van a ser nuestras estrategias y abordando variables como precio, producto, distribución y comercialización, los cuatro grandes pilares del Marketing Mix.

A partir de aquí se llevará acabo todo el análisis económico, desglosando en cada apartado cuestiones como los sueldos y salarios, inversión inicial y gastos en general para más tarde poner hacer el resultado de ejercicio. Teniendo ya todo lo anterior, solo queda llevar a cabo el análisis de sensibilidad, abordando variables indispensables para saber si un proyecto es viable o no, tales como el VAN, TIR, Flujos de Caja y umbral de rentabilidad. Por último, se llevará el proyecto a distintos escenarios para saber si con otros ingresos, por ejemplo, sería viable o no.

## ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 1. Entorno general. Análisis PEST

El principal objetivo de este análisis del entorno<sup>1</sup> se basa en observar y predecir los cambios constantes que influyen en nuestro negocio de manera externa, para esto es necesario conocer a fondo las características de nuestro negocio. De esta manera podremos saber qué lugar va a tener tanto en el entorno como en el mercado que queremos trabajar. A su vez, dicho estudio nos va a ayudar a saber cómo y qué estrategia empresarial seguir.

Conocido como Pest (Political, Economic, Social and Technological)<sup>2</sup> es uno de los análisis más conocidos a nivel mundial y uno de los más usados en empresas de nueva creación, debido a sus amplias ventajas:

- Se adapta a cada caso.
- Ayuda a la toma de decisiones.
- Tiene un enfoque productivo.
- Es de aplicación amplia.

Nuestro análisis se va a dividir en 4 grandes grupos que veremos a continuación.

#### a) Factores político-legales:

España es un país con una monarquía constitucional, basada en una democracia parlamentaria. El poder se encuentra muy descentralizado debido a que las comunidades autónomas disponen de una alta autonomía. En estos momentos España es gobernado por una coalición entre el partido socialista obrero español (PSOE) y la alianza Unidas Podemos, que subió al poder tras las elecciones de noviembre de 2019 (segundas

---

<sup>1</sup> <https://tueconomiafacil.com/que-es-analisis-del-entorno-como-se-realiza/>

<sup>2</sup> <https://www.cerem.es/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>

elecciones en un mismo año). Actualmente el presidente del gobierno es Pedro Sánchez (PSOE) y el vicepresidente segundo es Pablo Iglesias (Podemos)<sup>3</sup>.

En Aragón (comunidad autónoma en la que vamos a desarrollar el proyecto) los tres poderes se distribuyen entre: Gobierno de Aragón (poder ejecutivo), Las Cortes (poder legislativo) y Tribunal de Justicia (poder judicial). En el Gobierno de Aragón se encuentra una coalición entre PSOE, Podemos, PAR (Partido Aragonés) y CHA (Chunta Aragonesista). Este gobierno es conocido por la buena toma de decisiones y su capacidad para ponerse de acuerdo entre los cuatro partidos que gobiernan la comunidad.

b) Factores económicos:

Cabe destacar en este aspecto, que habrá que tener en cuenta los efectos del Covid-19, que actualmente en dicho trabajo no se pueden saber con exactitud las repercusiones, pero a nivel económico van a ser de gran tamaño dado que cada día escuchamos a los expertos dar a entender esta gran crisis que viene.

Incluso con este contratiempo, nuestro negocio no necesita el contacto entre personas, por lo que tendríamos una ventaja respecto a otras cafeterías con espacios cerrados. Aunque, si es verdad que, con la pandemia, se ha fomentado el teletrabajo, por lo tanto, hay menos personas en las oficinas. Al igual que las clases serán presenciales, por lo que este colectivo decaería mucho.

c) Factores socioculturales:

Me parece importante destacar que Zaragoza (lugar donde se va a poner el local de cafetería express) es una ciudad con una amplia cultura e historia. Cabe destacar que Zaragoza es la capital de la Comunidad Autónoma, por lo tanto, en su centro (ubicación del negocio) se encuentran muchas empresas y sus sedes (como Ibercaja). La población

---

<sup>3</sup> [https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/political-and-economic-situation-79\\_es](https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/political-and-economic-situation-79_es)

de atractivo, será la que cuenta con un tiempo limitado y quieren un café de calidad, rápido y sin perder ni un minuto entrando a un bar y esperar a que se lo sirvan.

Por eso esta ciudad es perfecta para este negocio, debido a la mentalidad de disfrutar de la vida en los parques, bancos, etc. Incluso en invierno vemos como hay mucha gente por los bancos de Independencia que se están tomando un café de máquina.

Todos nosotros alguna vez de nuestra vida hemos querido un café para ir de un sitio a otro, y hemos tenido que perder tiempo entrando a una cafetería y esperar a que atendieran a las demás mesas, o al final, nos lo hemos cogido de máquina, con la mala calidad que eso conlleva.

Por último, cabe destacar, que Zaragoza es una ciudad comprometida con la sostenibilidad y el cambio climático, y cada vez más, por eso nuestro negocio será sostenible y con productos 100% biodegradables.

d) Factores tecnológicos:

Es un hecho que en los últimos años las empresas (más las grandes del sector que las PYMES) optan por invertir en I+D. A pesar de los conflictos entre Estados Unidos y China, Europa ha crecido en I+D un 39% en 2019<sup>4</sup>, cabe destacar que España no creció apenas en 2019 tecnológicamente, pero los estudios de previsiones indican que está bien enfocada a realizarlo en los próximos años, basándose en dos enfoques para I+D:

- el primero, se llama Startups, y se basa en la transformación digital del sector del transporte.
- el segundo, llamado Deep Tech es una mezcla relacionada de innovación tecnológica con la investigación académica o científica, impulsando nuevos productos.

---

<sup>4</sup> Ittrends(2020).*Actualidad,2020*.Crecimiento de la inversión tecnológica en España se ralentizo en 2019.Disponible en: <https://www.ittrends.es/actualidad/2020/01/el-crecimiento-de-la-inversion-tecnologica-en-espana-se-ralentizo-en-2019>

Actualmente y desde hace unos años el mayor problema que tiene España en este sector, es que el número de titulados en materias relacionadas con el I+D es mucho mayor a los puestos de trabajo, lo que conlleva que se tengan que ir a otro país a trabajar y, por tanto, el avance tecnológico lo realicen en dicho país y no en el nuestro.

Respecto a nuestro proyecto, la tecnología apenas se tiene en cuenta, debido a que tecnológicamente solo funcionará la máquina de café y al ser un negocio sostenible, me decantaré por la máquina que menos consuma y tenga una tecnología para café en polvo, ya que no se pueden tener cafés de calidad con cápsulas.

En segundo lugar, donde sí que se va a tener más en cuenta dicho aspecto es los envases, que serán biodegradables<sup>5</sup>. Dichos envases ya hace años que están creados y cada vez más de moda, debido a sus amplias ventajas que voy a citar a continuación:

- Ayudan a la conservación del medio ambiente y reducen la huella de carbono.
- Se fabrican con materias primas renovables.
- No contienen materias perjudiciales para la salud.
- No alteran el sabor ni aroma de los alimentos.
- Dan a la empresa un marketing añadido al ser ecofriendly.

## **2. Entorno específico:**

También conocido como microentorno, son los factores más cercanos a un negocio, que no sólo afectan a nuestra empresa, sino al conjunto de empresas del mismo sector con características similares. Por eso mismo, a través del entorno específico, sabemos cómo diferenciar a nuestra empresa de las empresas con características similares, pudiendo tomar ventaja a través de este análisis.

---

<sup>5</sup> <https://www.coverpan.es/beneficios-los-envases-biodegradables/>

a) Datos del sector:

Según los análisis realizados por la empresa Hosfrinor<sup>6</sup>, dedicada al sector hostelero. A finales de 2019, en España había un total de 183.306 bares que equivale al 58,3% del sector hostelero (Ver Anexo I) los cuales tienen una producción de 36.326 millones de euros que representa el 29.4% del sector hostelero. La restauración en completo aporta el 4.7% del PIB nacional.

b) Competidores:

En este aspecto hay una baja competitividad con los bares y restaurantes de la zona, pero no tienen las mismas funciones, debido a que en un bar tienes que esperar a que sirvan a las mesas, a las personas que hayan pedido de comer, etc. Sin embargo, el punto fuerte del negocio es lo contrario, no hacer esperar a una persona más de dos minutos en tener un café en la mano a su gusto, por lo tanto, estos competidores no supondrían una gran amenaza.

Si que hay una cierta alta competitividad con Starbucks<sup>7</sup>, debido a que se han hecho famosos en estos últimos años por su café para llevar. Ofrecen una carta muy variada que detallare a continuación:

- Bebidas: 11 tipos de café, 8 tipos de batidos, 8 de infusiones, 3 de chocolates y 4 tipos de té.
- Comidas: Muffins, glaseados, bizcochos, salados, snacks, tartas, cookies, bollería diversa y ensaladas.

---

<sup>6</sup> <https://hosfrinor.com/wp-content/uploads/2019/12/Grandes-Cifras-y-Gra%CC%81ficos-Anuario-de-la-Hosteleri%CC%81a-de-Espan%CC%83a-2019.pdf>

<sup>7</sup> <https://www.starbucks.es/menu-list>

Esto es un ejemplo de lo que no se busca. Se quiere ofrecer 12 tipos de café de calidad. El local no va a tener mesas ni sillas, ni carta de comida, simplemente se basa en la idea de coger el café para llevar y tomarlo en otro sitio. Se da a entender pues, que son dos negocios distintos. Los consumidores lo notarán, habrá una diferencia de 5 minutos entre pedir en Starbucks, aunque sea para llevar, con nuestro servicio express.

c) Clientes:

Como bien ya se ha mencionado, los clientes de este negocio son de cualquier tipo. Es decir, cualquier persona que quiera un café en dos minutos, comprometido con la sostenibilidad y la biodiversidad. También es importante destacar su paladar, ya que los cafés ofrecidos serán de una alta calidad, nada que ver con un café de máquina. Entendemos pues, que serán de un rango de edad entre 16-65 años, que estudien o trabajen, o simplemente quieran un café de calidad para sentarse en un banco. Habitualmente estos clientes serán estudiantes o trabajadores del centro de la ciudad.

d) Proveedores:

- **Café molido:** Llegaremos a un trato con un proveedor para que el mismo me suministre toda la cantidad de café. No será un proveedor cualquiera ya que hay tres condiciones muy importantes: primero que tenga café molido (a granel), segundo, el café debe ser de buena calidad (y ecológico si puede ser) y, por último, que tenga gran variedad, con distintos aromas, formas y sabores. Según este criterio, los 12 tipos de cafés que necesitamos nos lo suministraría una tienda que vende al por mayor a granel llamada “*Botica del café y el té*”.
- **Envases:** Los envases como ya se destacó, serán 100% ecológicos, por lo tanto, el proveedor debe cumplir estas características, así mismo, necesitaremos envases de dos tipos (medianos y grandes). Para elegir la empresa se ha llevado a cabo un análisis basado en la imagen y críticas que tenga, así como el acuerdo al que lleguemos con la misma, eligiendo la que mejor imagen tenga y la que mejor acuerdo nos oferte. Basándonos en estas características, se ha elegido como empresa proveedora Amazon, pidiendo paquetes de 50 unidades de 285ml (mediano) por 11.75€ y de 500 unidades de 400ml (grandes) por 57.32€.

- **Cucharillas:** Basándonos en los mismos criterios que el apartado anterior (Envases) seguiríamos la misma estrategia. Buscaríamos unas cucharillas de madera biodegradables, encontradas en la misma página de Amazon, 200 cucharillas de madera con un precio de 13.49€.
- **Leche:** El negocio va a ser sostenible y ecológico, por lo tanto, los distintos tipos de leche se deberían comprar en un supermercado de este mismo ámbito. Este mercado se llama Merkabio, y procederemos a la compra de forma on-line, además, tiene muchas promociones de leche lo que nos facilita la compra de cantidad a menor precio. Respecto a la variedad, vamos a tener estos tipos de leche:
  - Leche entera, semidesnatada y desnatada de vaca de los Alpes austriacos.
  - Leche de Avena ecológica y leche de Avena ecológica con calcio (sin lactosa)
  - Leche de almendras ecológica.
- **Azúcar y sacarina:** En este caso, para todo el tipo de azúcar ecológico que se va a usar (normal, moreno y de panela) se prescindirá del mismo supermercado que el caso anterior, es decir, Merkabio. En el caso de la sacarina y el jarabe de arce (edulcorante), al no disponer en Merkabio, lo compraremos en Mercadona.

### 3. Fuerzas de Porter:

Respecto a este análisis, apareció en el año 1979 de la mano del ingeniero y profesor de la escuela de negocios de Harvard Michael Eugene Porter<sup>8</sup>. Se basa en la idea de analizar el nivel de competencia de una industria para poder llevar a cabo la respectiva estrategia. Para analizar este nivel de competencia se parte de la base de 5 fuerzas:

---

<sup>8</sup> <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

a) Poder de negociación de los clientes o compradores:

En esta fuerza se analiza el poder que tienen los clientes para negociar entre sí, organizarse y ser una amenaza para el negocio pudiendo cambiar los precios o poniéndose de acuerdo para no frecuentar el negocio. En este aspecto la amenaza a nuestro negocio es baja, por que el precio va a ser muy superior a los demás bares de la zona, pero el café si que va a ser de una calidad muy superior. Además, hay que tener en cuenta que nuestro negocio es innovador y ecológico, dos factores que atraen mucho a los clientes.

b) Poder de negociación de los proveedores o vendedores:

Según las empresas elegidas como proveedores, entiendo que esta fuerza no será un problema, ya que son empresas muy bien valoradas y muy fiables. Respecto a los productos que suministrarían, se han elegido porque son productos que suelen estar de oferta. Es decir, la negociación con estas empresas va a ser poca, pero son fiables y rápidas en sus entregas, lo que garantiza tener el producto la fecha que hemos acordado en perfecto estado.

c) Amenaza de nuevos competidores entrantes:

Esta fuerza Porter indica la dificultad o facilidad que tiene un nuevo competidor para entrar en el mercado, cuanto más fácil sea entrar, mayor será la amenaza, y cuanto más pequeño sea el negocio, más fácil será entrar. Con esto no se quiere decir que sean una amenaza, al ser este negocio el primero en implantar esta idea, los clientes verán dicho negocio como el primero, debido a esto, su amenaza por poder de negociación de los clientes será muy alta, porque todo el mundo prefiere el original. Cabe destacar, que esto no implica que no haya amenaza de competidores, ya que, cualquier empresa del sector que sea pionero en una tecnología será una amenaza grande.

d) Amenaza de los productos:

En España, la amenaza grande de los productos sólo podría ser con Starbucks y como amenaza media-baja, las demás cafeterías de la zona. La gran diferenciación de

productos de esta empresa parte de la base de la calidad y lo ecológico, dos características que en la tendencia actual los clientes tienen muy en cuenta. Por esta misma razón, dichos productos tienen una ventaja frente a los de los demás competidores, aunque sean multinacionales como Starbucks.

e) Rivalidad entre los competidores:

Como bien dice su nombre, esta fuerza analiza el conjunto de las otras cuatro. Cuanta más rivalidad haya en el mismo sector, más amenazas habrá. En nuestro caso la rivalidad entre competidores será media, ya que existen muchos competidores, pero como amenaza real si el negocio sale bien, habrá muy pocos. En el caso de que aparezcan nuevos, siempre contaremos con nuestro mayor factor, la originalidad de ser el primer negocio de estas características.

Tabla 1: Análisis Porter



Fuente: [www.5fuerzasdeporter.com](http://www.5fuerzasdeporter.com).

**4. Análisis DAFO:**

El análisis DAFO<sup>9</sup>, también conocido como FODA o DOFA es una herramienta usada para estudiar la situación en la que se encuentra un negocio. Su nombre proviene del

---

<sup>9</sup> <https://elautonomodigital.es/que-es-el-dafo-y-como-aplicarlo/>

inglés SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats) que significan en español: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Esta herramienta se divide en dos partes: la primera, origen externo e interno y la segunda, puntos débiles y puntos fuertes. Este análisis es perfecto cuando una empresa o proyecto se va a llevar a cabo, analizando todo lo interno y externo que le va a perjudicar o nos va a dar ventaja. A partir del resultado, nos inclinaremos a llevar a cabo una estrategia u otra.

- **Puntos débiles de origen interno: Debilidades.**

La mayor debilidad será el no ser conocidos, por lo que habrá que llevar a cabo una meticulosa campaña de Marketing para darnos a conocer en toda Zaragoza y, sobre todo, en el centro. Otra debilidad será el coste por café que será más elevado respecto a las cafeterías de los alrededores, pero sin ser un precio extremadamente alto. Por último, los servicios ofrecidos son distintos a los de la competencia, por lo que esto puede ser una fortaleza, pero también una debilidad.

- **Puntos fuertes de origen interno: Fortalezas.**

Como he dicho ya en el anterior punto, que este servicio sea distinto al de la competencia y no exista en este concepto, es un arma de doble filo, por lo que hay que mencionarlo también en este punto. Por otro lado, nuestra mayor fortaleza es la calidad de los cafés que vamos a servir en nuestro negocio, siendo de calidad mucho más alta que la de los locales del mismo sector que se encuentran en los alrededores (incluyendo Starbucks). Otra de nuestras Fortalezas, será nuestros productos 100% biodegradables y ecológicos, siendo esto de especial atractivo en la actualidad para la población.

- **Puntos débiles de origen externo: Amenazas.**

Nuestra mayor amenaza, es la aparición de un negocio de características similares a este, o que inicien su actividad poco antes de abrir el nuestro. Otra amenaza muy común, es tener problemas con los proveedores, bien que cumplan sus plazos o bien que los productos que demandamos que suelen estar rebajados, dejen de estarlo. Debido a la situación actual del mundo, ha surgido la amenaza de una nueva cuarentena, por lo tanto el negocio debería estar cerrado mientras dure.

- **Puntos fuertes de origen interno: Oportunidades:**

La mayor oportunidad que tiene este negocio es el COVID-19, debido a este virus hay gente que, aunque estemos en la fase de normalidad sigue teniendo temor, por lo que nuestro negocio, que no hay contacto con nadie ni hay mesas ni sillas, tendrá un gran atractivo para esta parte de la población. Además de esto, otra gran ventaja es la localización del local, ya que se encuentra en el centro de Zaragoza, rodeado de muchas empresas y tiendas, por lo que será un local muy visible.

## ESTUDIO LEGAL

### 1. Análisis de la forma jurídica elegida

Tabla 2: Tipos de Sociedades Limitadas con un socio.

#### Elección de la forma jurídica

**Responsabilidad:**

Limitada

Ilimitada

**Número de socios:**

Uno

Dos

Tres o más

**Capital social:**

Sin mínimo legal

Entre 3.000€ y 59.999€

Entre 60.000€ y 120.000€

Más de 120.000€

Tipo de empresa	Nº socios	Capital	Responsabilidad
<a href="#">Emprendedor de Responsabilidad Limitada</a>	1	No existe mínimo legal	Ilimitada con excepciones
<a href="#">Sociedad Anónima</a>	Mínimo 1	Mínimo 60.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
<a href="#">Sociedad Limitada de Formación Sucesiva</a>	Mínimo 1	No existe mínimo legal	Limitada al capital aportado en la sociedad
<a href="#">Sociedad Limitada Nueva Empresa</a>	Mínimo 1 Máximo 5	Mínimo 3.000 Máximo 120.000	Limitada al capital aportado en la sociedad
<a href="#">Sociedades Profesionales</a>	Mínimo 1	Según la forma social que adopte	Limitada al capital aportado en la sociedad
<a href="#">Sociedad de Responsabilidad Limitada</a>	Mínimo 1	Mínimo 3.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad

Activar Windows

Fuente: Gobierno de España-Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Para la elección de la forma jurídica que más nos conviene he acudido al Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de Julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de

Sociedades de Capital y la Ley 7/2003, de 1 de Abril, que modifica la Ley 2/1995, de 23 de Marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada donde se enumeran, clasifican y definen: las posibles formas a escoger, las normas que las rigen, las autorizaciones y procedimientos que exigen su constitución y todos aquellos datos necesarios de relevancia. Tras observar el conjunto de posibilidades a las que podemos ampararnos para la constitución de la sociedad, hemos decidido acogernos al Régimen de Sociedad Limitada de Nueva Empresa<sup>10</sup> debido a las ventajas fiscales de las que podríamos gozar y a la rapidez que su creación permite, escogiendo la vía telemática. Nos permite gravar los beneficios que obtengamos los dos primeros años a un tipo reducido del 15% manteniendo la responsabilidad limitada, esto es, que las pérdidas de capital que pueda sufrir el negocio están limitadas al capital aportado.

## 2. Trámites administrativos<sup>11</sup>.

Como ya hemos dicho anteriormente, la SLNE goza de la ventaja de llevar a cabo la creación y puesta en marcha de forma telemática, en la que solo habrá que desplazarse para ir al notario a firmar. Se lleva a cabo a través “la creación de empresas por internet” (CIRCE) para conseguir el Documento Único Electrónico (DUE). Documento por el cual se realizan todos los trámites de forma online.

### a) Trámites para la constitución:

**Denominación Social:** Se forma con el nombre y los dos apellidos de uno de los socios (en este caso del único que hay) seguido de un código llamado ID-CIRCE que te proporcionan automáticamente de forma telemática, a continuación, deberá aparecer el tipo de sociedad, en nuestro caso la abreviación SLNE.

---

<sup>10</sup> <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SLNE&nombre=Sociedad%20Limitada%20Nueva%20Empresa&idioma=es-ES>

<sup>11</sup> <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SLNE&nombre=Sociedad%20Limitada%20Nueva%20Empresa&idioma=es-ES>

**Número de identificación fiscal:** También llamado NIF es necesario para la identificación de las empresas a nivel fiscal. Se realiza a través de las Delegaciones y Administraciones de la Agencia Tributaria.

**Escritura pública:** Documento firmado ante notario por el cual los socios proceden a la escritura de la constitución de la sociedad, para más tarde, inscribirse en el Registro Mercantil. Para este punto, se deben detallar muchos puntos como, por ejemplo: identidad de los socios, aportación de cada socio, capital social, objeto social, etc. (Ver ANEXO II)

**Impuesto sobre las transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados:** Se realiza en la Consejería de Hacienda de las CC.AA. La creación de empresas está exenta de impuesto.

**Inscripción de la empresa en el Registro Mercantil Provincial:** Con esto la empresa tiene plena capacidad jurídica, en el caso de del empresario individual, es voluntaria.

b) Trámites para la puesta en marcha<sup>12</sup>:

- **Generales:**

**Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores:** Al realizar una actividad y operaciones empresariales debemos darnos de alta a través de la Agencia Tributaria.

**Impuesto sobre Actividades Económicas:** Todas las personas dadas de alta deben declarar este impuesto, en el caso de este proyecto, al ser SLNE estamos exentos los dos primeros años, se lleva a cabo en la Agencia Tributaria.

**Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social.**

---

<sup>12</sup> <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SLNE&nombre=Sociedad%20Limitada%20Nueva%20Empresa&idioma=es-ES>

**Registro Mercantil Provincial:** Legalización del Libro de actas, del Libro de registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad. Así como la legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales. Todos estos libros se formarán en soporte electrónico y se llevarán a cabo de forma telemática.

**Obtención del certificado electrónico:** Certificado necesario para obtener una firma electrónica de la persona física, necesaria para realizar todo lo que se lleva a cabo de forma digital. Se realiza en las Autoridades de Certificación.

- **Según la actividad:**

**Licencia de actividad:** Son las licencias concedidas por el ayuntamiento de carácter general, entre ellas se encuentran la licencia de la actividad que vamos a realizar, la licencia de funcionamiento y la licencia de instalación y obras.

**Inscripción en otros organismos oficiales y/o registros:** Según la actividad que vayamos a realizar deberemos comunicarlo al inicio de la actividad en aquellas autoridades, administraciones y registros específicos. Suelen ser de carácter sectorial, estatales, autonómico y municipal.

- **En caso de contratar trabajadores:**

**Inscripción de la empresa:** Antes de contratar trabajadores el empresario debe solicitar una inscripción en la Tesorería de la Seguridad Social. En esta inscripción se le asignará un número, el Código de Cuenta de Cotización Principal para el control e identificación de sus deberes respecto al Régimen de Seguridad Social.

**Afiliación de los trabajadores:** Este paso sólo se deberá realizar en el caso de que el dicho trabajador no esté afiliado ya. Al afiliarse se les asignará un número afiliación (NAF) el cual es único y para toda la vida y será reconocido en la base de datos de la Seguridad Social.

**Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social:** Al darse de alta en la Seguridad Social, los trabajadores se comprometen a realizar aportaciones (obligación de cotizar) a cambio de recibir prestaciones.

**Alta de los contratos de trabajo:** Se realiza en el Servicio Público de Empleo Estatal y sirve para legalizar los contratos con los trabajadores por cuenta ajena.

**Comunicación de apertura del centro de trabajo:** Se debe llevar a cabo en la Consejería de Trabajo de la CCAA y toda empresa debe de realizarlo antes de empezar su actividad. A través de dicha comunicación se llevará a cabo los controles e inspecciones de seguridad y salud laboral.

**Obtención del calendario laboral:** Cada empresa debe poner de forma clara y visible su calendario, albergando pautas como: festivos, turnos, días que se trabajará, horarios, etc.

- **Complementarios:**

**Registro de signos distintivos:** Se lleva a cabo para obtener protección jurídica de su marca o nombre de la empresa. Dicho registro se efectúa en la Oficina Española de Patentes y Marcas.

## PLAN DE MARKETING

### 1. Difusión y comercialización.

Al ser un negocio de nueva creación esta parte en la que invertir es muy importante. Basándonos en su ubicación y las personas a la que va dirigido, la mejor estrategia a seguir es dividir la campaña de publicidad en dos grandes grupos que son los de principal atractivo para la empresa:

- Estudiantes del centro de la ciudad (universidades, grados, cursos, academias, etc.): Para este grupo la estrategia más adecuada a seguir serían las redes sociales. En WhatsApp/Instagram/Twitter/Facebook se llevará a cabo la

creación de listas de difusión mencionando la apertura de una nueva cafetería de carácter express en el centro de la ciudad. También pagar a dichas redes para que pongan publicidad sobre nuestro negocio, forma rápida y barata de que el negocio llegue a muchas personas a la vez. En Facebook la estrategia será crear una página con la apertura del negocio y mandar solicitudes para que la gente se una, comente, y solucionar las dudas que puedan tener sobre el negocio.

- Trabajadores del centro de la ciudad: En dicho caso la estrategia a seguir será distinta, partiremos de la base de la creación de panfletos, forma fácil y barata para que llegue a todos los negocios y personas. Con dichos panfletos se harán dos cosas: la primera, la colocación de dichos panfletos por el centro, ya sea pegándolos en carteles de publicidad, como repartiéndolos por las calles y establecimientos. La segunda, será ir por los edificios donde están las empresas dejándolos en el buzón, para así directa o indirectamente que llegue a los trabajadores que están en las oficinas.

Por último, cabe destacar que el día de apertura y el siguiente, los cafés serán totalmente gratuitos, con esto queremos que la gente pruebe nuestros dos puntos más fuertes, la calidad y la rapidez con la que vamos a afrontar las ventas.

## **2. Marketing Mix**

Este modelo-análisis planteado por McCarthy<sup>13</sup> en 1960, actualmente es una de las estrategias más útiles y reconocidas de Marketing.

Sirve para analizar el funcionamiento de la empresa y plantear objetivos o metas a través de analizar los 4 grandes grupos internos en los que se basa un negocio (Producto, Precio, Distribución y Promoción) para a partir de esto, llevar a cabo unas estrategias de marketing u otras.

---

<sup>13</sup> Claudio, L. (1990). *Marketing Mix: concepto, estrategia y aplicaciones*. Madrid: Diaz de Santos.

a) Producto:

Estos productos serán de calidad alta, lo que hará que nos diferenciamos de la competencia, pero también que sea más caro. A continuación, vamos a nombrar los tipos de café que vamos a servir y el precio que nos da el proveedor, ya que en el siguiente punto redactaremos el precio unitario al que lo venderemos.

Tabla 3: Tipos de café ofertados y precio del proveedor.

<b>Tipo de Café</b>	<b>€/Kg</b>
Brasil	15.2 €/Kg
Casa	15.2 €/Kg
Colombia	16.4 €/Kg
Gran Altura	16.8 €/Kg
Descafeinado	17.2 €/Kg
Costa Rica	17.6€/Kg
Etiopía	18.8 €/Kg
100% Ecológico	19.6 €/Kg
100% Ecológico Descafeinado	20 €/Kg
Kenia	22 €/Kg
Puerto Rico	49 €/Kg
Jamaica Blue-Mountain	98 €/Kg

*Fuente: Elaboración propia.*

b) Precio:

Para poder ver este punto, debemos tener en cuenta tres variables: cuántos gramos lleva un café, cuántos cafés salen de un kilo y cuál debería ser el precio del café para tener 0 beneficios sólo teniendo en cuenta el gasto del café.

- Gramos por café: Según la información obtenida de distintas páginas y preguntando en distintas cafeterías, lo general es de 6 a 9<sup>14</sup> gramos por café (en un café normal). Partiendo de esta base, nuestros cafés normales tendrán 8 gramos y nuestros cafés grandes 11 gramos.
- Cafés obtenidos de un kilo: Realizando una división muy básica obtenemos que de un kilo podemos sacar 125 cafés normales (no nos interesa estudiar la misma cuenta con los cafés grandes ya que en el precio tendrá un suplemento de 0.50 céntimos).
- Precio: Estimando cálculos podemos deducir que para amortizar el kilo de café tenemos que vender un café normal a una media de 30 céntimos (aproximando dado que los precios varían mucho). A su vez, el precio medio de un café en Aragón es de 1.41<sup>15</sup>. Partiendo de esta base, estimamos que el precio de un café en este negocio costara entre 1.35€ y 2.3€ dependiendo del tipo de café.

Así mismo, un café con leche medio lleva 200 ml de leche<sup>16</sup>, y vamos a tener como supuesto que el 90% van a ser con leche, lo que deja al resto un 5% de solos y un 5% de cortados, que se usara una media de 100 ml, así mismo, los cafés de tamaño grande llevaran 350 ml y 200 ml respetivamente.

---

<sup>14</sup> <https://cafesabora.com/es/c%C3%B3mo-hacer-un-caf%C3%A9-con-leche>

<sup>15</sup> [https://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/ciudad-es-mas-cara-tomar-cafe-aragon\\_1364726.html](https://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/ciudad-es-mas-cara-tomar-cafe-aragon_1364726.html)

<sup>16</sup> <https://cafesabora.com/es/el-caf%C3%A9-con-leche-toda-la-verdad#:~:text=Generalmente%20se%20suele%20utilizar%20los,116%20Kcal%20por%20200%20ml>

Cabe destacar que, aunque el café sea machiato, café con leche, cappuccino, etc. Estos cafés llevan parecida la cantidad de leche usada, aunque después se les mezcla con espuma.

c) Distribución.

Respecto a este punto, todo se va a suministrar por dos grandes compañías (Amazon, Merkabio) y una compañía Zaragozana de toda la vida (“*Botica del café y el té*”). Por lo tanto, el canal de distribución serán grandes empresas con las que se fijará día, hora y lugar de recogida (el local alquilado) para más tarde suministrarlo a los clientes. Amazon y Merkabio gozan de una fama de puntualidad, y la compañía Zaragozana tiene una tienda a escasos 500 metros de la ubicación del local, por lo que nos podríamos ahorrar el transporte de los productos e irlos a buscar media hora antes de abrir el local al público.

d) Promoción.

Básicamente en este punto se viene a dar lo mismo que en “Difusión y comercialización”. Trataremos de captar al público “joven” a través de las redes sociales y al público más mayor con folletos y carteles a través de una dotación de 200€ anuales. Puesto que una empresa nueva estamos planteando llevar a cabo promociones del tipo “lunes de Kenia”, “martes de Puerto Rico” para esos días poner de promoción dichos cafés y captar la atención de más clientes.

### **3. Localización.**

En este punto hablaremos de la localización del local. Se ha elegido un local pequeño ya que los demás que estaban en alquiler por Gran Vía, Independencia, etc. suelen ser locales de gran tamaño y no se requiere. El local para nuestro negocio está situado en el centro de Zaragoza, más concretamente en la Calle Independencia<sup>17</sup> haciendo esquina con el centro comercial apodado “El Caracol”. Al hacer esquina y tener la entrada en la

---

<sup>17</sup> <https://www.idealista.com/inmueble/86775900/>

parte del centro comercial, se ha llevado a cabo una reforma para dejar la entrada para los empleados y poner cristalera y un ventanal por el que se tomará nota y se servirá en la parte de la fachada que da la Calle Independencia. El local precisa de 70 m<sup>2</sup> y esta acondicionado ya con ventilación y un baño en el que los empleados se pueden lavar y hacer sus necesidades.

## ANÁLISIS ECONÓMICO

### 1. Estudio técnico de la inversión inicial:

La inversión inicial es considerada todos los gastos realizados por un empresario para poner en funcionamiento su negocio en el año 0, es decir hasta la puesta en funcionamiento (el primer día que se abre el negocio).

Tabla 4: Inversión Inicial

Inversión inicial año 0			
<b>Local alquiler</b>	2.500,00 €	<b>Publicidad</b>	549,95 €
<b>Acondicionamiento local</b>	<b>3.700,00 €</b>	Campaña	200,00 €
Reforma	3.500,00 €	Cartel luminoso calle	349,95 €
Limpieza	200,00 €	<b>Sueldos y Salarios (2)</b>	677,40 €
<b>Mobiliario</b>	<b>8.302,29 €</b>	<b>Existencias iniciales(1 mes)</b>	3.153,75 €
Cafetera	3.696,00 €	Café	1.826,40 €
Molinillox12	359,40 €	Leche	672,96 €
Armario Refrigeración	2.197,97 €	Vasos	417,74 €
Caja registradora	358,92 €	Cucharillas	136,65 €
Mostrador	564,00 €	Aprovisionamientos	100,00 €
Estanteríasx2	1.126,00 €	<b>Licencia apertura</b>	241,35 €
TOTAL:		19.124,73 €	

*Fuente: Creación propia.*

Como se puede observar, aunque el local ya disponga de un baño, ventilación, mostradores y estanterías, en mobiliario es donde más vamos a invertir. Los sueldos y salarios corresponden a las 40 horas de formación en las que se instruirá a los empleados de como realizar las tareas y las normas de higiene.

## 2. Horizonte temporal del estudio.

El horizonte que se ha elegido son 5 años. Se ha elegido este número ya que es el último periodo en el que se realiza la amortización de números dígitos crecientes. También debido a que el préstamo ICO se termina de pagar en el año 4, por lo que se podrá ver como afecta esto al negocio.

## 3. Variación F. Rotación.

También conocido como Fondo de Maniobra<sup>18</sup>, indicador de la capacidad financiera a corto plazo de una empresa y de su salud financiera. Es la diferencia entre los activos corrientes y la deuda a corto plazo (pasivo corriente), es decir, la capacidad de una empresa para hacer frente a sus obligaciones en menos de 12 meses con activos que son ya líquidos o lo serán en este periodo de tiempo.

En nuestro caso, a partir del Balance sacaremos el FM.

Tabla 5: Balance.

<b>BALANCE</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO Y PN</b>	
<b>Activo no corriente</b>	8.302,29 €	<b>PN</b>	9.124,73 €
Inm. Material	8.302,29 €	Cap. Social	9.124,73 €
<b>Activo Corriente</b>	22.278,48 €	<b>Pasivo no corriente</b>	18.302,29 €
Caja	9.124,73 €	Deuda l/p	10.000,00 €
Banco	10.000,00 €	Proveedores Inmovilizado	8.302,29 €
Existencias	3.153,75 €		
		<b>Pasivo corriente</b>	3.153,75 €
		Proveedores exist.	3.153,75 €
<b>TOTAL</b>	<b>30.580,77 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>30.580,77 €</b>

*Fuente: Creación propia.*

<sup>18</sup> Conso, P., Lavaud, R. (1975). *Fondo de maniobra y política financiera*. Madrid: Tecniban.

Nuestro FM por tanto será:

$$FM = AC - PC = 22.278,48 - 3.153,75 = \mathbf{19.124,73 \text{ €}}$$

Al ser  $FM > 0$  significa que la empresa es capaz de hacer frente a sus compromisos de pago inmediatos.

#### **4. Plan de Financiación.**

Nuestra financiación se va a basar en financiación ajena y propia:

- Financiación propia: El único socio aportará 9.124,73 € en concepto de capital inicial, que irá a la cuenta de Capital social.
- Financiación ajena: Se pedirá un préstamo llamado ICO a el banco llamado Ibercaja, ya que se dispone de un familiar dentro, también se dispone del seguro del local con dicha compañía. Se ha optado por dicho préstamo ya que debido a la Covid-19 no hay comisiones de apertura, ni de cancelación, ni de amortización. Además, tiene un tipo de interés anual fijo y su finalidad son las inversiones nuevas como la de este negocio. (Ver Anexo III: Amortización)

Tipo interés anua: 2.75%

Tipo interés mensual: 0.2292%

Cuota mensual: 289,31€

Periodos: 3 años (36 meses)

Capital del préstamo solicitado: 10.000€

Total intereses: 429.62€

#### **5. Plan de ventas.**

En este punto ha costado mucho informarse ya que no aparece en ningún sitio cuantos cafés vende una cafetería al día aproximadamente, para ello realizamos una encuesta en dos cafeterías: “Ixeia” situada en el barrio del Actur dirigida por Yaiza García, única propietaria y más de 7 años en el sector e Igor Gabriel Machado, copropietario de “La Oficina – Madison Bar” situado en el barrio de La Almozara. Dos locales que a pesar de la Covid-19 todos los días están llenos. Así mismo para las estimaciones de los meses

nos hemos basado en si hay más o menos vacaciones de estudiantes y vacaciones de trabajadores. Para las estimaciones anuales se ha supuesto que los tres primeros años aumentan en un 2% y los dos últimos en un 4%.

Tabla 6: Ventas anuales.

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
145179,09	148082,6718	151044,3252	157086,0982	163369,5422

*Fuente: Creación propia.*

## 6. Plan de recursos humanos.

Solo hay dos empleados en la empresa y trabajan el mismo número de horas, de días y de meses. Para calcular los salarios nos hemos basado en el BOA<sup>19</sup>, más concretamente en el Grupo de Actividad III: Cafeterías, bares, etc. Asignándoles a los empleados el nivel IV. Todos los años van a cobrar de media lo mismo.

Tabla 7: Sueldos anuales.

	7:00-13:00	13:00-21:00
Semana normal	C.mañanas	C.tardes
L	67,740 €	67,740 €
M	67,740 €	67,740 €
X	67,740 €	67,740 €
J	67,740 €	67,740 €
V	67,740 €	67,740 €
S	80,000 €	80,000 €
TOTAL	837,395 €	
MES	3.349,580 €	
AÑO	40.194,960 €	

*Fuente: Creación propia.*

---

<sup>19</sup> <http://www.boa.aragon.es/cgi-bin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=1059502850404>

## 7. Plan de explotación.

La tabla de explotación incluye todos los gastos previstos para los años. Se ha basado en estimar los gastos de igual forma que las ventas, si las ventas aumentan en un 2% los gastos también, ya que después de la inversión inicial los gastos son directamente relacionados con las ventas. Los gastos de seguro del local, sueldos y salarios, seguridad social, publicidad y alquiler son constantes todos los años. Para ver las cuotas de las amortizaciones ir a Anexo IV: Amortizaciones inmovilizado.

Tabla 8: Gastos anuales.

PLAN DE EXPLOTACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Materias Primas	29.992,32 €	30.592,17 €	31.204,01 €	32.452,17 €	33.750,26 €
Sueldos y Salarios	40.194,96 €	40.194,96 €	40.194,96 €	40.194,96 €	40.194,96 €
Publicidad	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €
Primas de Seguros	596,54 €	596,54 €	596,54 €	596,54 €	596,54 €
Intereses de préstamo	66,91 €	212,00 €	121,08 €	29,63 €	0,00 €
Suministros	6.652,67 €	6.785,72 €	6.921,44 €	7.198,29 €	7.486,23 €
Amortizaciones	553,49 €	1.106,97 €	1.660,46 €	2.213,94 €	2.767,43 €
Otros gastos	1.200,00 €	1.224,00 €	1.248,48 €	1.298,42 €	1.350,36 €
Seg. Soc. Empresa	22.750,35 €	22.750,35 €	22.750,35 €	22.750,35 €	22.750,35 €
TOTAL	132.207,24 €	133.662,70 €	134.897,31 €	136.934,30 €	139.096,12 €

Fuente: Creación propia.

## 8. Presentación del resultado Contable después de impuestos.

También conocida como Cuenta de Pérdidas y Ganancias (PyG) es el resumen de los ingresos y gastos de un ejercicio. Se clasifican según su categoría y a partir de ahí se saca el beneficio o pérdida que se ha obtenido en el año. Es una parte fundamental para analizar una empresa y es recogida en el Plan General Contable. Al ser una Sociedad Limitada de Nueva Creación como ya mencionamos en el punto 1 del ESTUDIO LEGAL, los dos primeros años se obtiene una ventaja fiscal de optar a un 15% de impuesto de sociedades.

Tabla 9: Cuenta de Pérdidas y Ganancias

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1. INGRESOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>145.179,09 €</b>	<b>148.082,67 €</b>	<b>151.044,33 €</b>	<b>157.086,10 €</b>	<b>163.369,54 €</b>
Ventas e ingresos	145.179,09 €	148.082,67 €	151.044,33 €	157.086,10 €	163.369,54 €
<b>2. GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>-132.140,32 €</b>	<b>-133.450,71 €</b>	<b>-134.776,23 €</b>	<b>-136.904,68 €</b>	<b>-139.096,12 €</b>
Compras de mercaderías	36.644,99 €	37.377,89 €	38.125,45 €	39.650,46 €	41.236,48 €
Primas de seguro	596,54 €	596,54 €	596,54 €	596,54 €	596,54 €
Arrendamiento	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Publicidad	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €
Sueldos y salarios	40.194,96 €	40.194,96 €	40.194,96 €	40.194,96 €	40.194,96 €
Seguridad Social	22.750,35 €	22.750,35 €	22.750,35 €	22.750,35 €	22.750,35 €
Otros gastos	1.200,00 €	1.224,00 €	1.248,48 €	1.298,42 €	1.350,36 €
Amortizaciones Inmovilizado	553,49 €	1.106,97 €	1.660,46 €	2.213,94 €	2.767,43 €
<b>RTDO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>13.038,77 €</b>	<b>14.631,96 €</b>	<b>16.268,09 €</b>	<b>20.181,42 €</b>	<b>24.273,43 €</b>
Gastos financieros	- 66,91 €	- 212,00 €	- 121,08 €	- 29,63 €	- €
<b>RTDO FINANCIERO</b>	<b>12.971,85 €</b>	<b>14.419,97 €</b>	<b>16.147,01 €</b>	<b>20.151,80 €</b>	<b>24.273,43 €</b>
<b>RTDO ANTES IMPUESTOS</b>	<b>12.971,85 €</b>	<b>14.419,97 €</b>	<b>16.147,01 €</b>	<b>20.151,80 €</b>	<b>24.273,43 €</b>
Impuesto sobre beneficios	15%	15%	25%	25%	25%
Valor Impuesto	- 1.945,78 €	- 2.163,00 €	- 4.036,75 €	- 5.037,95 €	- 6.068,36 €
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>11.026,08 €</b>	<b>12.256,97 €</b>	<b>12.110,26 €</b>	<b>15.113,85 €</b>	<b>18.205,07 €</b>

Fuente: Creación propia.

## ANÁLISIS DE VIABILIDAD

### 1. Cálculo de los flujos de caja.

Los flujos de caja son las entradas y salidas netas de dinero que tiene una empresa en un determinado periodo de tiempo. Son un indicador muy importante para una empresa ya que reflejan la salud financiera. También es un claro indicador de la liquidez de una empresa. A continuación, expondré dos escenarios de flujos de caja: con financiación ajena y sin financiación.

Tabla 10: Flujo de caja con financiación ajena.

AÑO	FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN AJENA					
	0	1	2	3	4	5
<b>BN</b>	- €	<b>11.026,08 €</b>	<b>12.256,97 €</b>	<b>12.110,26 €</b>	<b>15.113,85 €</b>	<b>18.205,07 €</b>
Préstamo	10.000,00 €	- €	- €	- €	- €	- €
Desembolso inversión	-19.124,73 €	- €	- €	- €	- €	- €
Reembolso principal	- €	- 802,22 €	- 3.264,54 €	- 3.355,46 €	- 2.577,78 €	- €
Amortización	- €	553,49 €	1.106,97 €	1.660,46 €	2.213,94 €	2.767,43 €
<b>FC</b>	<b>- 9.124,73 €</b>	<b>10.777,34 €</b>	<b>10.099,40 €</b>	<b>10.415,26 €</b>	<b>14.750,01 €</b>	<b>20.972,50 €</b>

Fuente: Creación propia

Tabla 11: Flujos de caja sin financiación ajena.

AÑO	FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN AJENA					
	0	1	2	3	4	5
<b>RTDO DE EXPLOTACIÓN</b>	- €	13.038,77 €	14.631,96 €	16.268,09 €	20.181,42 €	24.273,43 €
Gastos financieros	- €	- €	- €	- €	- €	- €
<b>RTDO FINANCIERO</b>	- €	13.038,77 €	14.631,96 €	16.268,09 €	20.181,42 €	24.273,43 €
<b>RTDO ANTES IMPUESTOS</b>	- €	13.038,77 €	14.631,96 €	16.268,09 €	20.181,42 €	24.273,43 €
Impuesto sobre beneficios	0%	15%	15%	25%	25%	25%
Valor Impuesto	- €	- 1.955,82 €	- 2.194,79 €	- 4.067,02 €	- 5.045,36 €	- 6.068,36 €
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	- €	<b>11.083,10 €</b>	<b>12.437,32 €</b>	<b>12.201,32 €</b>	<b>15.136,32 €</b>	<b>18.205,32 €</b>
Préstamo	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Desembolso inversión	-19.124,73 €	- €	- €	- €	- €	- €
Reembolso principal	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Amortización	- €	553,49 €	1.106,97 €	1.660,46 €	2.213,94 €	2.767,43 €
<b>FC</b>	<b>-19.124,73 €</b>	<b>11.636,59 €</b>	<b>13.544,29 €</b>	<b>13.861,78 €</b>	<b>17.350,26 €</b>	<b>20.972,75 €</b>

Fuente: Creación propia.

## 2. Cálculo de la tasa de actualización.

También llamado Coste del capital<sup>20</sup>, representa el valor del dinero con el paso del tiempo, es decir, la rentabilidad media del inversor. Para poder calcular se ha tenido que investigar sobre dos índices de referencia:

- Tasa libre de riesgo: Es aquella rentabilidad obtenida por invertir en un activo que no tenga riesgo (aunque todos tienen algo de riesgo), esto solo se da en la renta fija. Ya que, si se mantiene el activo hasta vencimiento, carece de riesgo. El activo en el que nos hemos fijado son bonos del estado (bonos de deuda pública española). A 17-09-2020 la tasa de estos bonos está en 0.047%.
- Rentabilidad del mercado: También llamada prima de riesgo del mercado se realizado un promedio de las variaciones del IBEX-35 en los últimos 4 años, de

---

<sup>20</sup> Fernández, Pablo. (2014) *Valoración de empresas y sensatez*. (6ª edición). Madrid, España: Grupo planeta.

tal forma que hemos aproximado lo máximo posible la rentabilidad del mercado español.

Para hallar tasa de actualización se ha llevado a cabo a través de una investigación de una asignatura ya cursada en este grado llamada “Bolsa y análisis bursátil”. La tasa que se ha hallado es de 1.11206%. En el Anexo V se informará de las incógnitas y formulas utilizadas para hallar dicha variable.

### 3. Valor Actual Neto (VAN).

El valor actual neto<sup>21</sup> es un criterio para actualizar a momento presente todos los flujos de caja, así hallando cual va a ser más o menos lo que vamos a ganar o perder con dicha inversión. Como en el punto 1 de análisis de viabilidad vamos a calcular el VAN con y sin financiación ajena.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Siendo  $-I_0$  la Inversión inicial del proyecto,  $F$  los flujos de caja de los respectivos años,  $t$  el periodo y  $k$  la tasa de actualización hallada en el punto anterior.

VAN con financiación ajena: **55.443,95 €**      VAN sin financiación ajena: **55.485,29 €**

Al ser  $VAN > 0$  significa que al actualizar los FC a la tasa elegida la inversión generará beneficios.

---

<sup>21</sup> Brealey, R., Myers, S., Marcus, A., & Mateos, P. (2010). *Finanzas corporativas*. Madrid, España: McGraw Hill.

#### 4. Tasa Interna de Rentabilidad (TIR).

Esta directamente relacionada con el Van y expresa en porcentaje el interés que ofrece una inversión, es decir, la rentabilidad de forma relativa<sup>22</sup>. Se calcula a partir de la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Donde las incógnitas son las mismas que en el punto anterior, cambiando la tasa de actualización por TIR en forma de incógnita.

TIR con financiación ajena: **118.367%**

TIR sin financiación ajena: **65%**

Al ser TIR > tasa de actualización significa que la rentabilidad del proyecto es mayor a la rentabilidad mínima exigida en la inversión (k). Se puede apreciar claramente que es mucho más preferible contar con la financiación ajena.

#### 5. Umbral de rentabilidad.

También llamado punto muerto económico<sup>23</sup> es el punto en el que los beneficios son iguales a cero, es decir, a partir del punto que empezamos a ganar dinero. Dicho de otra forma, es la cifra de ventas (ingresos) con la que pagamos los gastos fijos más los costes variables de dichas ventas.

---

<sup>22</sup> Brealey, R. A., Stewart, C. M., & Allen, A. (2015). *Principios de finanzas corporativas* (11ª ed.). Madrid, España: McGraw-Hill

<sup>23</sup> González Pascual, Julián. (2016). *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera: fundamentos teóricos y aplicaciones* (5ª edición). Madrid, España: Pirámide.

Tabla 12: Umbral de rentabilidad.

AÑO	1	2	3	4	5
GF	95.562,25 €	103.070,54 €	103.693,30 €	104.482,13 €	105.345,86 €
Ventas	145.179,09 €	148.082,67 €	151.044,33 €	157.086,10 €	163.369,54 €
Aprov.(CV)	36.644,99 €	37.377,89 €	38.125,45 €	39.650,46 €	41.236,48 €
margen Bruto monetario	108.534,10 €	110.704,78 €	112.918,88 €	117.435,63 €	122.133,06 €
margen bruto porcentual	74,759%	74,759%	74,759%	74,759%	74,759%
Umbral Rentabilidad	127.827,48 €	137.870,83 €	138.703,87 €	139.759,03 €	140.914,38 €

*Fuente: Creación propia.*

Como se puede observar dicho proyecto es viable ya que el umbral de rentabilidad es ligeramente inferior a las ventas al año. Esto que no significa que sea óptimo, ya que nuestro U.R. es muy alto, y lo óptimo sería que fuese bajo para tener más margen en otros escenarios con menos ingresos.

## **6. Análisis de sensibilidad.**

El análisis de sensibilidad es como su propio nombre indica, llevar a cabo diferentes escenarios en los que las ventas, precio y otras variables del negocio son modificadas para averiguar la sensibilidad del proyecto respecto a estas.

En nuestro caso en concreto, vamos a imponer tres escenarios, ya que nuestras previsiones iniciales eran bastante optimistas, en los que se va a llevar a cabo serán en su totalidad pesimistas.

### a) Situación inicial (de partida):

Dicha situación es de la que se ha hablado durante todo el trabajo, y, por lo tanto, el escenario más optimista. Si se diera este caso en la realidad el negocio sería viable y no solo eso, si no que nos proporcionaría abundantes beneficios.

### b) Situación pesimista para las ventas:

En este escenario vamos a suponer que las ventas bajan un veinte por ciento. De esta forma se analizará como afecta esto al VAN y TIR.

- Con financiación ajena:

Tabla 13: Escenario 2 con financiación ajena.

FC	- 8.570,72 €	- 8.252,12 €	- 9.310,65 €	- 7.053,79 €	- 3.417,80 €	2.077,98 €
----	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	------------

*Fuente: Elaboración propia.*

**VAN= -33.950,55 € < 0**

**TIR= -69,319% < 0**

- Sin financiación ajena:

Tabla 14: Escenario 2 sin financiación ajena.

FC	- 18.570,72 €	- 7.392,88 €	- 5.865,76 €	- 3.607,27 €	- 817,55 €	2.078,23 €
----	---------------	--------------	--------------	--------------	------------	------------

*Fuente: Elaboración propia.*

**VAN= -33.950,55 € < 0**

**TIR= -69,319% < 0**

Como se puede observar, si nuestras ventas cayeran en un 20% el proyecto pasaría a no ser viable. Esto se debe a que los ingresos serían mucho menos que los costes fijos y los costes variables. En esta situación solo se originarían pérdidas y no merecería la pena ni abrir el negocio.

c) Situación pesimista para los precios:

Segunda situación pesimista en la que esta vez, quién tendrá una reducción serán los precios y no las ventas. Veremos a continuación como afecta esto, la disminución será de un 30% en los precios.

- Con financiación ajena:

Tabla 15: Escenario 3 con financiación ajena.

FC	- 9.124,73 €	- 26.243,33 €	- 27.661,68 €	- 23.569,71 €	- 20.594,36 €	- 15.785,65 €
----	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

*Fuente: Elaboración propia.*

**VAN: -119.576,21 €**

- Sin financiación ajena:

Tabla 16: Escenario 3 sin financiación ajena.

<b>FC</b>	<b>- 19.124,73 €</b>	<b>- 25.384,08 €</b>	<b>- 24.216,79 €</b>	<b>- 20.123,20 €</b>	<b>- 17.994,11 €</b>	<b>- 15.785,40 €</b>
-----------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

*Fuente: Elaboración propia.*

**VAN: -119.534,86 €**

En este caso, el proyecto es inviable del todo. En ningún periodo se empieza a tener beneficios. La TIR no se puede calcular si todos los flujos de caja son negativos, ya que significa que el negocio no tiene futuro y lo único que se consigue son pérdidas.

d) Situación pesimista para ventas y precios a la vez.

Como define el título, en este caso tocaremos las dos variables más importantes del negocio: precios y ventas. Supondremos que los dos disminuyen en un 40% para ver como afecta esto al negocio.

- Con financiación ajena y sin financiación ajena:

Como era de esperar y lógico, si las dos situaciones anteriores habían dado pérdidas y una TIR y VAN negativos, en esta situación las pérdidas se multiplican por dos. Este caso es como el anterior, el proyecto es inviable de todas las formas posibles.

## CONCLUSIONES

En primer lugar, destacar que el sector de la hostelería en España, junto con todos los demás, está pasando por una fase de incertidumbre. Dado que los efectos de la COVID-19 a día de hoy son complicados de predecir, sobre todo en lo que concierne al ámbito económico. No obstante, sí que es verdad que en el último año hemos pasado por una fase de estabilidad política, pero esto puede cambiar cuando la pandemia termine.

También hay destacar que hemos llevado a cabo diferentes análisis como el DAFO, PEST, entorno específico y análisis de las fuerzas Porter. Análisis que nos han indicado nuestras ventajas, debilidades, fortalezas y demás variables sobre un negocio que son esenciales para poder llevarlo a cabo. Estas variables se han usado para realizar las campañas de marketing a través de diferentes formas.

Pasamos a la parte del estudio legal, donde se decidió acogernos al tipo de sociedad de SLNE debido a sus ventajas fiscales los dos primeros años. Para la puesta en marcha y trámites administrativos, nos acogimos a la forma de tramitación telemática, es decir, realizamos todos los trámites de forma on-line.

A continuación, y una vez definido la clase de negocio que queríamos realizar, hemos dado paso al cálculo de la inversión inicial, este ha sido uno de los pasos más difíciles del trabajo ya que la localización del local es el punto clave para poder llevarlo a cabo.

Al final se consiguió un local en la zona centro de Zaragoza, entre la parte universitaria y la de oficinas, la calle hace esquina con una de las más importantes y céntricas de la ciudad, se trata del Paseo de la Independencia. A raíz de esto pudimos estimar la inversión inicial, teniendo en cuenta todo lo que necesitábamos adquirir, para la puesta en marcha del negocio.

Una de las partes del trabajo en la que más he tenido que indagar y que en mi opinión más complicado me ha resultado de encontrar, por toda la burocracia que le rodea, ha sido los trámites administrativos para la constitución de la empresa. Así mismo, se ha elegido una SLNE debido a la reducción en el Impuesto de Sociedades de los dos primeros años.

Respecto al análisis económico del proyecto, hemos elegido un horizonte temporal de 5 años, basándonos en que así a partir del quinto año no tendremos que amortizar nada y los beneficios aumentarán considerablemente.

Nuestra tasa de actualización ha sido de 1.11206%, variable utilizada para sacar los FC que nos han dado en torno a 11.636,59€. A partir de los FC se han hallado el VAN= 55.443,95 € y la TIR= 118,367%. Como se puede observar todas son positivas, estas tres variables indican si el proyecto es viable o no, y cuanto afecta, por ejemplo, la inversión inicial al negocio.

Según lo expuesto en el trabajo y en el escenario primero, sería totalmente viable. Hay que aclarar también que, nuestro umbral de rentabilidad es de 127.827'48€ por lo tanto, nuestro proyecto será viable mientras nuestros ingresos sean mayores a estos.

Finalmente aclarar que, después de saber que el proyecto era viable, realizamos un análisis de sensibilidad con tres escenarios: bajan las ventas un 20%, bajan los precios un 30% y bajan ventas en precios un 40% simultáneamente. Estos tres escenarios dan un VAN de -33.950,55€, -119.576,21€ y -264.554,86€ respectivamente. Esto indica que los FC y la TIR son también negativos. Estos tres escenarios son inviables y solo causan pérdidas, por lo que el negocio iría a la quiebra. Esto se debe a que nuestro Umbral de Rentabilidad es muy alto, por lo tanto, hay muy poca diferencia entre las ventas que son en torno a 148.082,67 € todos los años y este. Esto es malo ya que a poco que los ingresos sean menores a lo estudiado en este proyecto, significaría que ya entraríamos en pérdidas.

Como conclusión final y personal, destacar que este negocio debido a la situación actuales del país y el mundo en general, es totalmente inviable. Si es verdad que en situaciones normales se podría llegar a plantear, debido a que la mitad de nuestro negocio va dirigido a estudiantes, población que en estas circunstancias no tiene clase presencial, por lo que este colectivo no tendría necesidad de coger un café para llevárselo a clase o a la biblioteca.

## BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

### Bibliografía:

- Brealey, R., Myers, S., Marcus, A., & Mateos, P. (2010). *Finanzas corporativas*. Madrid, España: McGraw Hill.
- Brealey, R. A., Stewart, C. M., & Allen, A. (2015). *Principios de finanzas corporativas* (11ª ed.). Madrid, España: McGraw-Hill
- Conso, P., Lavaud, R. (1975). *Fondo de maniobra y política financiera*. Madrid: Tecniban.
- Claudio, L. (1990). *Marketing Mix: concepto, estrategia y aplicaciones*. Madrid: Diaz de Santos.
- Durbán, Oliva, S. (2017). *Finanzas corporativas*. Madrid: Pirámide.
- Fernández, Pablo. (2014) *Valoración de empresas y sensatez*. (6ª edición). Madrid, España: Grupo planeta.
- González Pascual, Julián. (2016). *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera: fundamentos teóricos y aplicaciones* (5ª edición). Madrid, España: Pirámide.
- Porter E. Michael., (1980), *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York, United States of America: The Free Press.

### Webgrafía:

- Análisis DAFO: El nuevo autónomo (2017). *Qué es el DAFO y como aplicarlo a tu negocio*. Recuperado a 17 de junio de 2020 de: <https://elautonomodigital.es/que-es-el-dafo-y-como-aplicarlo/>
- Análisis de la forma jurídica elegida: Ministerio de la presidencia, relaciones con las cortes y memoria democrática. (2003). *Ley 7/2003, de 1 de abril, de la*

*sociedad limitada Nueva Empresa por la que se modifica la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada*. Recuperado a 23 de junio de 2020, de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-6586>

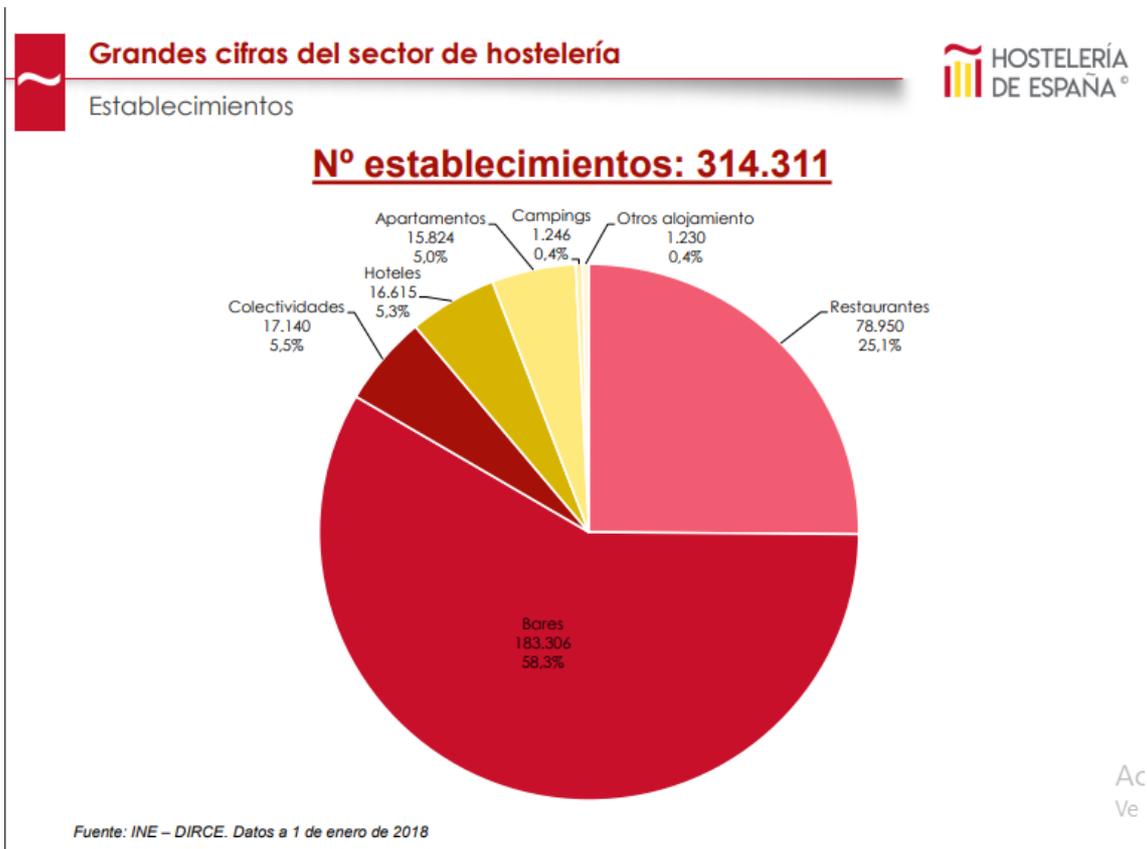
- Análisis PEST: Ospina. G. (2019). *¿qué es el análisis del entorno y cómo se realiza?* Tú economía fácil. Recuperado a 17 de junio de 2020, de: <https://tueconomiafacil.com/que-es-analisis-del-entorno-como-se-realiza/>
- Fuerzas PORTER: Riquelme, M. (2015) *Las 5 fuerzas Porter – Clave para el éxito de la empresa*. Recuperado el 17 de junio de 2020, de: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Localización: Idealista. (2020) *Local en la calle de Independencia*. Recuperado el 2 de septiembre de 2020, de: <https://www.idealista.com/inmueble/86775900/>
- Marketing Mix: Sánchez, Galán, J. (2018). *Marketing Mix*. Economipedia. Recuperado el 21 de junio de 2020, de: <https://economipedia.com/definiciones/marketing-mix.html>
- Plan de recursos humanos: Servicio provincial de economía, industria y empleo. (2019) *Sección quinta núm.741, convenio colectivo, Sector hostelería de Zaragoza*. Recuperado el 24 de junio de 2020, de: <http://www.boa.aragon.es/cgi-bin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=1059502850404>
- Trámites administrativos: Gobierno de España. Ministerio de Industria, comercio y turismo. *Sociedad Limitada de Nueva Empresa*. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SLNE&nombre=Sociedad%20Limitada%20Nueva%20Empresa&idioma=es-ES>
- TIR: Torres, M. (2020). *Tasa Interna de Retorno (TIR)*. Rankia. Recuperado el 14 de septiembre de 2020, de: <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

- Variación F. rotación: Anónimo. (2019). *Fondo de Maniobra*. Circulantis. Recuperado el 18 de septiembre de 2020, de: <https://circulantis.com/blog/fondos-de-maniobra/>
- VAN: Velayos, Morales, V. (2016) *Valor Actual Neto (VAN)*. Economipedia. Recuperado el 18 de septiembre de 2020, de: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

### **Legislación:**

- Ministerio de la Presidencia. Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10544>
- Ministerio de industria, comercio y turismo. Orden JUS/1445/2003, por el que se aprueban los Estatutos Orientativos de la Sociedad Limitada Nueva Empresa. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-11262>
- Ministerio de industria, comercio y turismo. R.D. 682/2003, por el que se regula el Sistema de Tramitación Telemática. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2010-6044>
- Ministerio de la Presidencia. Ley 25/2011, de reforma parcial de la Ley de Sociedades de Capital y de incorporación de la Directiva 2007/36/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de julio, sobre el ejercicio de determinados derechos de los accionistas de sociedades cotizadas. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10544>

Anexo I: Cifra de establecimientos en el sector hostelero.



ANEXO II: Tipo de documentación y requisitos para la escritura pública.

La escritura de constitución de la sociedad deberá ser otorgada por todos los socios fundadores, quienes habrán de asumir la totalidad de las participaciones sociales. Deberá expresarse necesariamente:

- o La identidad del socio o socios.
- o La voluntad de constituir una Sociedad Limitada Nueva Empresa.
- o Las aportaciones que cada socio realice y la numeración de las participaciones asignadas en pago.
- o La determinación del modo concreto en que inicialmente se organice la administración, en caso de que los estatutos prevean diferentes alternativas.
- o La identidad de la persona o personas que se encarguen inicialmente de la administración y de la representación social.
- o Se podrán incluir todos los pactos y condiciones que los socios juzguen convenientemente establecer, siempre que no se opongan a las leyes reguladoras.
- o Los estatutos de la sociedad, en los que se hará constar, al menos:
  - o La denominación de la sociedad.
  - o El objeto social, determinando las actividades que lo integran.
  - o La fecha de cierre del ejercicio social.
  - o El domicilio social.
  - o El capital social, las participaciones en que se divida, su valor nominal y su numeración correlativa.
  - o El modo o modos de organizar la administración de la sociedad, el número de administradores o, al menos, el número máximo y el mínimo, así como el plazo de duración del cargo y el sistema de retribución, si la tuvieran.

La escritura de constitución deberá presentarse a inscripción en el Registro Mercantil.

ANEXO III: Amortización Préstamo.

Periodo	Cuota	Interés	Capital	Cap. vivo	Cap. amort.
n	ai	is	Ai	Cs	Ms
0				10.000,00 €	0,00 €
09/10/2020	289,71 €	22,92 €	266,79 €	9.733,21 €	266,79 €
09/11/2020	289,71 €	22,31 €	267,41 €	9.465,80 €	534,20 €
09/12/2020	289,71 €	21,69 €	268,02 €	9.197,78 €	802,22 €
09/01/2021	289,71 €	21,08 €	268,63 €	8.929,15 €	1.070,85 €
09/02/2021	289,71 €	20,46 €	269,25 €	8.659,90 €	1.340,10 €
09/03/2021	289,71 €	19,85 €	269,87 €	8.390,03 €	1.609,97 €
09/04/2021	289,71 €	19,23 €	270,48 €	8.119,55 €	1.880,45 €
09/05/2021	289,71 €	18,61 €	271,10 €	7.848,44 €	2.151,56 €
09/06/2021	289,71 €	17,99 €	271,73 €	7.576,72 €	2.423,28 €
09/07/2021	289,71 €	17,36 €	272,35 €	7.304,37 €	2.695,63 €
09/08/2021	289,71 €	16,74 €	272,97 €	7.031,40 €	2.968,60 €
09/09/2021	289,71 €	16,11 €	273,60 €	6.757,80 €	3.242,20 €
09/10/2021	289,71 €	15,49 €	274,23 €	6.483,57 €	3.516,43 €
09/11/2021	289,71 €	14,86 €	274,85 €	6.208,72 €	3.791,28 €
09/12/2021	289,71 €	14,23 €	275,48 €	5.933,24 €	4.066,76 €
09/01/2022	289,71 €	13,60 €	276,11 €	5.657,12 €	4.342,88 €
09/02/2022	289,71 €	12,96 €	276,75 €	5.380,37 €	4.619,63 €
09/03/2022	289,71 €	12,33 €	277,38 €	5.102,99 €	4.897,01 €
09/04/2022	289,71 €	11,69 €	278,02 €	4.824,98 €	5.175,02 €
09/05/2022	289,71 €	11,06 €	278,65 €	4.546,32 €	5.453,68 €
09/06/2022	289,71 €	10,42 €	279,29 €	4.267,03 €	5.732,97 €
09/07/2022	289,71 €	9,78 €	279,93 €	3.987,09 €	6.012,91 €
09/08/2022	289,71 €	9,14 €	280,57 €	3.706,52 €	6.293,48 €
09/09/2022	289,71 €	8,49 €	281,22 €	3.425,30 €	6.574,70 €
09/10/2022	289,71 €	7,85 €	281,86 €	3.143,44 €	6.856,56 €
09/11/2022	289,71 €	7,20 €	282,51 €	2.860,93 €	7.139,07 €
09/12/2022	289,71 €	6,56 €	283,16 €	2.577,78 €	7.422,22 €
09/01/2023	289,71 €	5,91 €	283,80 €	2.293,97 €	7.706,03 €
09/02/2023	289,71 €	5,26 €	284,45 €	2.009,52 €	7.990,48 €
09/03/2023	289,71 €	4,61 €	285,11 €	1.724,41 €	8.275,59 €
09/04/2023	289,71 €	3,95 €	285,76 €	1.438,65 €	8.561,35 €
09/05/2023	289,71 €	3,30 €	286,41 €	1.152,24 €	8.847,76 €
09/06/2023	289,71 €	2,64 €	287,07 €	865,17 €	9.134,83 €
09/07/2023	289,71 €	1,98 €	287,73 €	577,44 €	9.422,56 €
09/08/2023	289,71 €	1,32 €	288,39 €	289,05 €	9.710,95 €
09/09/2023	289,71 €	0,66 €	289,05 €	0,00 €	10.000,00 €

## ANEXO IV: Amortizaciones inmovilizado.

Amort. Mostrador		15%	
Años	Amort.	Acumulada	Vnc
0	- €	- €	564,00 €
1	37,60 €	37,60 €	526,40 €
2	75,20 €	112,80 €	451,20 €
3	112,80 €	225,60 €	338,40 €
4	150,40 €	376,00 €	188,00 €
5	188,00 €	564,00 €	- €

Amort. Estantería (x2)		15%	
Años	Amort.	Acumulada	Vnc
0	0,00 €	0,00 €	1.126,00 €
1	75,07 €	75,07 €	1.050,93 €
2	150,13 €	225,20 €	900,80 €
3	225,20 €	450,40 €	675,60 €
4	300,27 €	750,67 €	375,33 €
5	375,33 €	1.126,00 €	0,00 €

Amort. Cafetera		15%	
Años	Amort.	Acumulada	Vnc
0	0,00 €	0,00 €	3.696,00 €
1	246,40 €	246,40 €	3.449,60 €
2	492,80 €	739,20 €	2.956,80 €
3	739,20 €	1.478,40 €	2.217,60 €
4	985,60 €	2.464,00 €	1.232,00 €
5	1.232,00 €	3.696,00 €	- €

Amort. Molinillos (x12)		15%	
Años	Amort.	Acumulada	Vnc
0	- €	- €	359,40 €
1	23,96 €	23,96 €	335,44 €
2	47,92 €	71,88 €	287,52 €
3	71,88 €	143,76 €	215,64 €
4	95,84 €	239,60 €	119,80 €
5	119,80 €	359,40 €	- €

Amort. Arm. Refrig.		15%	
Años	Amort.	Acumulada	Vnc
0	- €	- €	2.197,97 €
1	146,53 €	146,53 €	2.051,44 €
2	293,06 €	439,59 €	1.758,38 €
3	439,59 €	879,19 €	1.318,78 €
4	586,13 €	1.465,31 €	732,66 €
5	732,66 €	2.197,97 €	- €

Amort. Caja Registradora		15%	
Años	Amort.	Acumulada	Vnc
0	- €	- €	358,92 €
1	23,93 €	23,93 €	334,99 €
2	47,86 €	71,78 €	287,14 €
3	71,78 €	143,57 €	215,35 €
4	95,71 €	239,28 €	119,64 €
5	119,64 €	358,92 €	- €

Amort. Cartel Luminoso		10%	
Años	Amort.	Acumulada	Vnc
0	- €	- €	349,95 €
1	23,33 €	23,33 €	326,62 €
2	46,66 €	69,99 €	279,96 €
3	69,99 €	139,98 €	209,97 €
4	93,32 €	233,30 €	116,65 €
5	116,65 €	349,95 €	- €

ANEXO V: Incógnitas y formulas utilizadas para hallar la tasa de actualización.

D= recursos ajenos	10000							
Rm	0,04327%							
Kd=Coste rec. Ajenos	2,78493%							
E=Rec. Propios	9.124,73 €							
t= imp. Soc.	25%							
Rf=Tasa libre riesgo	0,047%							
Ke= Coste rec. Propios	0,04173%							
K=WACC= Tasa de actualización/Coste cap.	1,11206%							
βe= Beta mercado	2,57							
βu= Beta del sector	1,41							

$$k = WACC = \frac{D}{D + E} (K_d(1 - t)) + \frac{E}{D + E} K_e$$

$$K_e(CAPM) = R_f + \beta_e(R_M - R_f)$$

$$\beta_e = \beta_u * \left[ 1 + \frac{D * (1 - t)}{E} \right]$$